



УДК 37.015.3  
<https://doi.org/10.26516/2304-1226.2023.46.29>

## Культурные коды в восприятии подростками героев мультфильмов

Л. В. Матвеева, Ю. В. Мочалова\*

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия*

**Аннотация.** Методом психосемантического шкалирования исследуются культурные коды в категориальной структуре восприятия подростковой аудиторией героев мультфильмов, созданных в различных культурных традициях. Полученные факторные структуры описывают семантические пространства сознания школьников, являющихся зрителями отечественного мультфильма «Царевна-лягушка» и американского «Принцесса и лягушка», а также отечественного мультфильма «Аленький цветочек» и американского «Красавица и чудовище». В исследовании принимали участие две группы подростков: 13 и 16 лет, всего 40 человек. Значимые различия получены между семантической оценкой образов персонажей отечественного и зарубежного мультфильмов по нравственно-этическому фактору, фактору харизмы, а также фактору психологической дистанции. Выявлена дифференцированность восприятия школьниками героев мультфильмов, выполненных в разных культурных традициях.

**Ключевые слова:** герои мультфильмов, психосемантический метод, категориальная структура восприятия, культурные коды, волшебная сказка.

**Для цитирования:** Матвеева Л. В., Мочалова Ю. В. Культурные коды в восприятии подростками героев мультфильмов // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2023. Т. 46. С. 29–38. <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2023.46.29>

Original article

## Cultural Codes in Teenagers' Perception of Cartoon Characters

L. V. Matveeva, Yu. V. Mochalova\*

*Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation*

**Abstract.** The study of the impact of the entertainment discourse of the modern media environment on the children's audience was carried out, including through a comparative analysis of the perception of school-age children of the heroes of domestic and foreign cartoons, which are based on a similar fairy tale plot and screen fairy tales. The study used the method of psychosemantic scaling with subsequent factorization of data. The factor structures revealed in the course of the study reproduce the semantic spaces of consciousness of schoolchildren who are viewers of the Domestic m/ f “The Frog Princess” and the American “The Princess and the Frog”, as well as the domestic cartoon “The Scarlet Flower” and the American “Beauty and the Beast”. The study involved adolescents aged 13 and 16 years old, a total of 40 people. Significant differences were obtained between the images of the characters of domestic and foreign cartoons by the first factor “Moral and ethical”, by

the second factor “Charismatic”, as well as by the fourth factor “Psychological distance”. The differentiation of schoolchildren's perception of m/f heroes made in different cultural traditions is revealed.

**Keywords:** cartoon characters, psychosemantic method, categorical structure of perception, cultural codes, fairy tale.

---

**For citation:** Matveeva L.V., Mochalova Yu.V. Cultural Codes in Teenagers' Perception of Cartoon Characters. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Psychology*, 2023, vol. 46, pp. 29–38. <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2023.46.29> (in Russian)

---

## Введение

Философ В. С. Степин выделяет два больших блока культурных универсалий: первый включает описание природных и социальных объектов, которые участвуют в человеческой деятельности [Степин, 2017, с. 186]. Их свойства фиксируются в категориях: пространства, времени, движения, вещи, отношения, количества, качества, меры, содержания, причинности, случайности, необходимости. Второй блок содержит характеристики человека как субъекта деятельности и описывается следующими категориями: человек, общество, сознание, добро, зло, красота, вера, надежда, долг, совесть, справедливость, свобода. Эти культурные универсалии у каждого народа, или этноса, проживающего на земле в ту или иную эпоху, наполняются своеобразным ценностно-смысловым содержанием в зависимости от индивидуального и коллективного опыта преодоления препятствий и противостояний в истории народа и проявляются в культуре как национальные культурные коды и включают в себя как «элементы бессознательного... различные архетипы и стереотипы», так и «культурные нормы и запреты, облеченные в символическую форму» [Лихачев, 2015, с. 86].

Культурный код – это алгоритмы действий членов сообщества в критических ситуациях, связанных с угрозой жизни, здоровью, социальному статусу, т. е. фреймы и сценарии поведения в ситуации выживания. Так, философ А. Г. Дугин [2002] утверждает, что поддержание традиций требует от членов общества усилий, служения и жертвы.

Культурные коды содержатся в народных сказках, мифах, религиозных текстах, произведениях искусства, мультфильмах. Они описывают поведенческие сценарии в трудных жизненных ситуациях, способы принятия решений, характер проявления чувств, отражают свойственные членам сообщества фреймы выражения этносов: героизма, благородства, благочестия, деспотизма и выживания. Сказка способствует передаче детям нравственных ценностей, закладывает основу идентичности личности через процесс идентификации с героями, олицетворяющими идеалы добра и анти-идеалы зла.

Культурный код россиянина включает способность к быстрым и кратковременным сверхусилиям в ситуациях беды или опасности; умение творчески подходить к решению непредвиденных проблем в быту, работе, творчестве, любви, ненависти, дружбе, борьбе за справедливость; способность жертвовать собой и своими ресурсами ради высокой цели; религиозность; умение быть первопроходцем, познавать неизвестное; принятие ценности не личной свободы, а свободы воли; общинность, построенную на доверии.

В современный период развития информационного общества дети и подростки становятся частью аудитории, наиболее уязвимой к воздействию медиадискурса [Смирнова, Соколова, Матушкина, 2014; Kyshtymova, Matveeva, Deineko, 2021]. Дискурсивное воздействие способствует развитию идентичности личности, коммуникативной компетентности и социального статуса [Психология дискурса ... , 2016]. Основной формой контента для детей и подростков являются отечественные и зарубежные мультфильмы, которые представляют собой не только развлечение, но и инструмент формирования мировоззрения. Герои мультфильмов могут быть примером для подражания и включаться в круг значимых других, оказывающих влияние на формирование картины мира зрителей. Под понятием «герои» понимаются образы людей «как знаменитых, так и обычных, реальных или вымышленных, обладающих характеристиками, наиболее почитаемыми в данной культуре». Герои являются носителями ценностей, т. е. принципов, целей, стандартов поведения, принятых в данной конкретной культуре, и могут выступать образцами для культурной и национальной идентичности представителей народа [Франц, 2007].

Русский филолог В. Я. Пропп, исследуя структуру и поведение героев народных сказок [Пропп, 2001], выделил константные элементы (действия, совершаемые персонажами) и изменяющиеся элементы (количество действий персонажей, способы их исполнения и мотивы поступков героев) и подтвердил гипотезу исследователя П. Сектвива о том, что волшебная сказка воспроизводит в разных формах ритуалы и обряды инициации. Позднее Дж. Кэмпбелл [1997] (впервые его работа была опубликована в 1949 г.) после изучения, основанного на работах психологов З. Фрейда, К. Г. Юнга, А. В. Гегенетти, О. Ранка, мифов и сказок народов мира, пришел к заключению о наличии архетипа «Путь Героя». Герой получает задание, проходит испытание, возвращается домой и в процессе изменяется сам и изменяет мир вокруг себя.

Результаты сравнительного анализа показывают, что культурные коды – ценности, символы, ритуалы, понятия времени и пространства, образы и поведение героев в художественных произведениях, выполненных в традициях различных цивилизационных матриц, отличаются, хотя сюжетные линии медиапродукта могут совпадать [Матвеева, Аникеева, Мочалова, 2002]. Исследование категориальной структуры восприятия детьми героев мультфильмов, выполненных в рамках отечественной и зарубежной культур, является важной исследовательской задачей, связанной с изучением особенностей формирования цивилизационной идентичности у детей и подростков как потребителей анимационного медиаконтента.

### **Организация и методы исследования**

Данное исследование проводилось в рамках методологических положений экспериментальной психологии, выраженных в психосемантическом подходе к изучению индивидуального и коллективного сознания (Ч. Осгуд, Е. Ю. Артемьева, В. Ф. Петренко). Метод семантического дифференциала позволяет исследовать категориальную структуру сознания с выявлением

иерархии и динамики смысловых представлений и личностно значимых ценностей. Задача исследования – определить категориальную структуру представлений школьников об образах персонажей отечественных и зарубежных мультфильмов.

Для проведения исследования нами была специально создана и апробирована психосемантическая шкала, имеющая семибалльную градацию. Респонденты работали со стандартными бланками с набором из 25 пронумерованных бинарных оппозиций (для группы школьников 13 лет) и 30 оппозиций (для группы школьников 16 лет), а именно определений-антонимов, описывающих образ персонажа мультфильма с точки зрения различных параметров его восприятия – силы, активности, оценки, а также уровня психологической дистанции («свой – чужой»). Объектами выступали образы персонажей отечественного мультфильма «Царевна-лягушка»: Царевна-лягушка и Иван-Царевич; американского мультфильма «Принцесса и лягушка»: Тиана и Принц; отечественного мультфильма «Аленький цветочек»: Настенька и Чудище; американского мультфильма «Красавица и Чудовище»: Красавица и Чудовище.

Полученные данные подвергались факторному анализу (метод главных компонент) с вращением VARIMAX. Математическая обработка проведена с помощью программы SPSS-20. Полученные факторные пространства репрезентируют субъективные семантические пространства респондентов как совокупности определенным образом организованных признаков. В результате строится модель категориальных структур представлений групп респондентов, лежащих в основании оценок объектов соответствующей области восприятия, в данном случае это образы персонажей мультфильмов. Сходство и различие выявленных категориальных структур позволяет предполагать как общие основания оценочных позиций респондентов по отношению к образам персонажей мультипликации, независимо от их культурной специфики, а также возраста респондентов, так и дифференцированные основания, обусловленные возрастными различиями между зрительскими группами.

В исследовании принимали участие 18 человек в возрасте 13 лет – 8 мальчиков и 10 девочек; 22 человека в возрасте 16 лет – 15 юношей и 7 девушек, учащиеся одной из московских школ.

## **Результаты исследования и их обсуждение**

### ***Исследование 1***

В результате проведения факторного анализа данных оценки школьниками 13 лет образов персонажей мультфильмов «Аленький цветочек» и «Красавица и Чудовище» выделено восемь факторов, из которых шесть подлежат содержательной интерпретации (табл. 1). Общая дисперсия данных составляет 68,7 %.

Первый фактор объясняет 17,3 % дисперсии переменных. Содержание фактора представлено выраженной морально-нравственной составляющей личности персонажа, причем оценка направлена, в первую очередь, на ее способность выйти за пределы собственных интересов и потребностей, проявляя внимание к другому человеку, к его нуждам и проблемам: «заботливый – эгоист». В то же время в факторе присутствует оценка степени угрозы

со стороны персонажа – его «агрессивности» и способности «устроить» другого. Это представлено в том числе во внешнем виде – «неопрятности». «Нравственный» же персонаж не только является «заботливым» и «мирным», но также и «безобидным» и «аккуратным».

Таблица 1

Категориальная структура представлений московских школьников 13 лет об образах персонажей мультфильмов «Аленький цветочек» и «Красавица и Чудовище»: Настенька и Чудище, а также Красавица и Чудовище

<b>Фактор 1 «нравственность, миролюбие» (17,3 %*)</b>		<b>Фактор 2 «харизматичность» (10,9 %)</b>		<b>Фактор 3 «активность, сила» (9,6 %)</b>	
Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес
Заботливый – эгоист	0,82	Вызывает доверие – не вызывает доверия Общительный – замкнутый Красивый – некрасивый	0,77	Ловкий – растяпа	0,78
Нравственный – безнравственный	0,73		0,77	Энергичный – вялый	0,66
Мирный – агрессивный	0,72		0,67	Хулиган – зануда	0,61
Безобидный – страшный	0,61			Сильный – слабый	0,60
Аккуратный – неопрятный					
<b>Фактор 4 «инициативность, успешность» (8,5 %)</b>		<b>Фактор 5 «лидерство» (6,4 %)</b>		<b>Фактор 6 «психологическая дистанция» (5,5 %)</b>	
Инициативный – безынициативный	0,78	Яркий – неприметный Смелый – трусливый	0,77	Смешной – серьезный	0,81
Добрый – злой	0,54		0,66	Понятный – загадочный	0,59
Умный – глупый	0,54				
Успешный – неуспешный	0,50				

*Примечание:* в скобках указан процент общей дисперсии данных.

Второй фактор «харизматичность» объясняет 10,9 % дисперсии переменных. В данном факторе представлена оценка «харизмы» персонажа, его умения привлечь к себе симпатии зрителя за счет способности вызывать доверие других посредством коммуникабельности и привлекательного внешнего вида. Противоположный полюс можно метафорично описать распространенным в фольклоре словом «бука» – образе типажа, с которым «никто не станет дружить».

Третий фактор «активность, сила» объясняет 9,6 % дисперсии переменных. Фактор содержательно совмещает два параметра из трех, выделенных Ч. Осгудом: активность и силу. Активность здесь представлена через энергию персонажа, причем оформленную умением ее прикладывать нужным образом – «ловкий», а также способность персонажа действовать вопреки принятым нормам – «хулиган». Противоположный полюс описывает ни на что не способного «вялого» и «слабого» «зануду».

Четвертый фактор «инициативность, успешность» объясняет 8,5 % дисперсии. Фактор успешности персонажа связан в представлении зрителей как с когнитивным компонентом его поведения – «умный», так и с нравственно-этическим компонентом – «добрый». Однако на первом месте в содержании фактора оказалась шкала оценки «инициативности» персонажа. Таким обра-

зом, жизненная успешность личности, по мнению респондентов, невозможна в случае преобладания в ее поведении тенденции «плыть по течению», не пытаясь самостоятельно ставить собственные цели и задачи и осуществлять их.

Следующий, пятый, фактор назван фактором «лидерство». Он объясняет 6,4 % дисперсии, описывает способность персонажа быть лидером – «ярким» и «смелым», умеющим удерживать внимание и интерес зрителей, быть для них привлекательным за счет нестандартных поступков, в противоположность «неприметному» и «трусливому» субъекту, пребывающему на периферии как событий сюжета, так и внимания респондентов.

Шестой фактор обозначен «психологическая дистанция». Он объясняет 5,5 % дисперсии. В факторе представлена оценка психологической дистанции зрителя по отношению к персонажу через когнитивный компонент восприятия, включая его юмористический элемент, – способность зрителя понять и предсказать поведение персонажа связана у респондентов с оценкой способности этого персонажа вызывать смех и/или улыбку. То есть «смешной» обозначает «понятный». И напротив, «серьезность» персонажа делает его «загадочным» и непонятым в глазах зрителей данной возрастной категории.

Значимые различия в семантической оценке образов были обнаружены в пространстве:

– *первого фактора «нравственность, миролюбие»* между образом Настеньки (м/ф «Аленький цветочек») и образом Чудища из этого же мультфильма, а также между образом Настеньки и образом Чудовища из м/ф «Красавица и Чудовище»;

– *второго фактора «харизматичность»* между образом Чудища и образом Настеньки (м/ф «Аленький цветочек»), а также между образом Чудища (м/ф «Аленький цветочек») и образом Красавицы из м/ф «Красавица и Чудовище»;

– *шестого фактора «психологическая дистанция»* между образом Настеньки (м/ф «Аленький цветочек») и образом Чудовища (м/ф «Красавица и Чудовище»).

### **Исследование 2**

В результате проведения факторного анализа данных оценки школьниками 16 лет образов персонажей мультфильмов «Царевна-лягушка» и «Принцесса и лягушка» выделено шесть факторов, которые были содержательно проинтерпретированы (табл. 2). Общая дисперсия данных составила 70,9 %.

Фактор 2 «привлекательность, успешность» описывает 17,8 % дисперсии. Фактор описывает степень харизматичности личности персонажа, представляя его с точки зрения внешности – «красивый», «аккуратный», «приятный», с точки зрения энергии – «энергичный», «яркий», «радостный», вплоть до способности нарушать нормы – «хулиган», а также жизненной успешности. Противоположный полюс описывает непривлекательного, вялого и неуспешного «зануду».

Третий фактор «открытость, нравственность» объясняет 12,9 % дисперсии переменных. В факторе совмещаются характеристики коммуникабельно-

сти персонажа, его силы и смелости, противопоставленные замкнутости, трусости и слабости. При этом положительный полюс включает также «нравственность» персонажа, а отрицательный – «безнравственность». Интересно, что открытость персонажа миру и общению с другими, его способность преодолевать трудности, опасности и препятствия воспринимаются подростками как признаки его положительной нравственной природы и, соответственно, наоборот, «уход» от мира и общения сочетается с «безнравственностью».

Таблица 2

Категориальная структура представлений московских школьников 16 лет об образах персонажей мультфильмов «Царевна-лягушка» и «Принцесса и лягушка»: Царевна-лягушка и Иван-Царевич, а также Тиана и Принц

<b>Фактор 1 «забота, ум, добро» 19,8 %»</b>		<b>Фактор 2 «привлекательность, успешность» (17,8)</b>		<b>Фактор 3 «открытость, нравственность» (12,9 %»</b>	
Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес
Эгоист – заботится о других	0,89	Красивый – некрасивый	0,82	Общительный – замкнутый	0,71
Безответственный – ответственный	0,81	Энергичный – вялый	0,74	Нравственный – безнравственный	0,70
Лживый – правдивый	0,80	Яркий – неприметный	0,59	Смелый – трусливый	0,66
Глупый – умный	0,60	Радостный – грустный	0,58	Сильный – слабый	0,64
Жестокий – добросердечный	0,58	Хулиган – зануда	0,58		
Несамостоятельный – самостоятельный	0,56	Успешный – неуспешный	0,56		
Злой – добрый	0,55	Аккуратный – неопрятный	0,56		
Неопрятный – аккуратный	0,50	Приятный – противный	0,52		
<b>Фактор 4 «психологическая дистанция» (7,7 %)</b>		<b>Фактор 5 «опасность поведения» (7,1 %)</b>		<b>Фактор 6 «хитрость как образец» (5,7 %)</b>	
Чужой – свой	0,71	Безобидный – страшный	0,92	Простодушный – хитрый	0,90
Смешной – серьезный	0,63	Зануда – хулиган	0,41	Не вызывает желания подражать – вызывает желание подражать	0,44
		Воспитанный – развязный	0,38		

Примечание: в скобках указан процент общей дисперсии данных.

Фактор 4 «психологическая дистанция» объясняет 7,7 % дисперсии. Фактор характеризует восприятие персонажа зрителями как «своего», «одного из нас» или же «чужого», постороннего. При этом над чужим можно и нужно смеяться, свой же предстает «серьезным», а значит, правильным и не подлежащим осуждению и осмеянию.

Пятый фактор (7,1 % дисперсии) назван «опасность поведения». Фактор описывает способность или же неспособность персонажа нести угрозу другим своим непредсказуемым и ненормативным поведением, устрашать их своим видом или же агрессивностью.

Шестой фактор «хитрость как образец» (5,7 % дисперсии). Интересно сочетание в факторе описания способности персонажа ловчить и изворачиваться, стараясь добиться своего («хитрый») и его способности вызывать у

подростков желание подражать ему в этом. Противоположный полюс описывает персонажа, не вызывающего такого желания вследствие излишней его наивности («простодушный»).

Значимые различия были выявлены в пространстве:

– *второго фактора «привлекательность, успешность»* между образом Ивана-Царевича (м/ф «Царевна-лягушка») и образами Тианы и Принца (м/ф «Принцесса и лягушка»);

– *четвертого фактора «психологическая дистанция»* между образом Царевны-лягушки из одноименного м/ф и образами Тианы и Принца из м/ф «Принцесса и лягушка», а также между образом Ивана-Царевича (м/ф «Царевна-лягушка») и образами Тианы и Принца (м/ф «Принцесса и лягушка»).

В обеих группах школьников выделено по шесть факторов/категорий восприятия, объясняющих в каждом случае около 70 % общей дисперсии данных. Категория нравственно-этической оценки поведения героев является наиболее значимой в двух группах и включает как основную шкалу «заботится о других – эгоист». На втором месте категория «харизматичности» – внешней привлекательности героя, связанной для младших подростков с его способностью вызывать доверие, а у старших – с его энергией, яркостью и поведенческой успешностью. Категория «героизма» (сила, смелость) у старших согласуется с характеристиками общительности и нравственности. Психологическая дистанция («свой – чужой») связана в обеих группах с возможностью/недопустимостью высмеивания поступков героя, а у младших подростков еще и с когнитивной доступностью его поведения («понятный – загадочный»). Важно отметить тот факт, что в ценностно-смысловом содержании факторов, описывающих восприятие героев мультфильмов, как в одной, так и во второй группах проявляются черты культурных кодов жителей России: доброта, забота, нравственность, активность, смелость, общительность, ловкость как позитивные черты героического этоса.

## Выводы

1. Выявлена дифференцированность восприятия школьниками разного возраста образов героев мультфильмов, выполненных в различных культурных традициях, по категориям «харизматичность» и «психологическая дистанция» в группах подростков как 13, так и 16 лет, а также «нравственно-этическая» у подростков 13 лет.

2. Различие восприятия образов по категории «психологическая дистанция» («свой – чужой») как предиктора цивилизационной идентичности в наибольшей степени проявляется у старших подростков: герои отечественного мультфильма воспринимаются ими как «свои» и серьезные, а американского – как «чужие» и смешные. Это можно объяснить смещением критериев оценки поведения персонажей под влиянием современного медиадискурса, а также особенностями выразительных средств самих мультфильмов.

3. У школьников 13 лет различия в восприятии между героями основаны на понятиях добра и зла, а также на доверии к персонажу, связанному с его внешней привлекательностью. У школьников 16 лет – на основе внешней привлекательности образов героев, а также на их яркости, энергичности и поведенческой успешности.

### Список литературы

- Дугин А. Г. *Философия традиционализма*. М. : Арктогея-Центр, 2002. 624 с.
- Лихачев Д. С. *Избранные труды по русской и мировой культуре* / сост. и науч. ред. А. С. Запесоцкий. СПб. : СПбГУП, 2015. 538 с.
- Кэмпбелл Дж. *Герой с тысячью лицами: Миф. Архетип. Бессознательное*. СПб. : София, 1997. 336 с.
- Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. *Психологический анализ ценностно-смыслового содержания современных мультфильмов и традиционных сказок* // Психология сегодня: актуальные исследования и перспективы : материалы Всерос. психол. форума. Екатеринбург, 28–30 сент. 2022 г. : в 2 т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. Т. 1. С. 595–599.
- Психология дискурса. Проблемы детерминации, воздействия, безопасности / под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М. : Ин-т психологии РАН, 2016. 317 с.
- Пропп В. Я. *Морфология сказки. Исторические корни волшебной сказки*. М. : Лабиринт, 2001. 512 с.
- Смирнова Е. О., Соколова М. В., Матушкина Н. Ю. *Исследование возрастной адресации мультфильмов* // Культурно-историческая психология. 2014. № 4. С. 27–37.
- Степин В. С. 21 век – радикальная трансформация типа цивилизационного развития // Глобальный мир: системные сдвиги, вызовы и контуры будущего : 17-е Междунар. Лихачев. науч. чт., 18–20 мая 2017 г. СПб. : СПбГУП, 2017. С. 185–188.
- Франц М.-Л. *Архетипические паттерны в волшебных сказках*. М. : Класс, 2007. 249 с.
- Kyshtymova I. M., Matveeva L. V., Deineko A. A. *Cartoon image of the mother, its perception by elementary school students and correction in the process of media education* // *Changing societies and personalities*. 2021. Vol. 5, N 3. P. 405–421. <https://doi.org/10.15826/csp.2021.5.3.142>

### References

- Dugin A.G. *Filosofiya traditsionalizma* [The philosophy of traditionalism]. Moscow, Arktogeya-Central Publ., 2002, 624 p. (in Russian)
- Likhachev D.S. (ed. by Zapesotskii A.S.) *Izbrannye trudy po russkoi i mirovoi kul'ture* [Selected works on Russian and world culture]. St. Petersburg, SPbGUP Publ., 2015. 538 p. (in Russian)
- Campbell J. *Geroj s tysjachju licami: Mif. Arhetip. Bessoznatelnoe* [The Hero with a thousand faces: a myth. The archetype. Unconscious]. St. Petersburg, Sofia Publ., 1997, 336 p. (in Russian)
- Matveeva L.V., Anikeeva T.Ya., Mochalova Yu.V. *Psikhologicheskii analiz tsennostno-smyslovogo soderzhaniya sovremennykh mul'tfil'mov i traditsionnykh skazok* [Psychological analysis of the value-semantic content of modern cartoons and traditional fairy tales]. *Psikhologiya segodnya: aktualnye issledovaniya i perspektivy* [Psychology today: current research and prospects]. Materials of the All-Russian Psychological Forum (Yekaterinburg, september 28–30, 2022)]. In 2 vols. Yekaterinburg, Ural Univ. Publ., 2022, vol. 1, pp. 595–599. (in Russian)
- Zhuravleva A.L., Pavlovoi N.D., Zachesovoi I.A. (ed.) *Psikhologiya diskursa. Problemy determinatsii, vozdeistviya, bezopasnosti* [Psychology of discourse. Problems of determination, impact, safety]. Moscow, Institut psikhologii RAN Publ., 2016, 317 p. (in Russian)
- Propp V.Ya. *Morfologija skazki. Istoricheskie korni volshebnoj skazki* [Morphology of a fairy tale. Historical roots of a fairy tale]. Moscow, Labyrint Publ., 2001, 512 p. (in Russian)
- Smirnova E.O., Sokolova M.V., Matushkina N.Yu. *Issledovanie vozrastnoi adresatsii mul'tfil'mov* [Research of age-related addressing of cartoons]. *Kulturno-istoricheskaya psikhologiya* [Cultural and historical psychology], 2014, no. 4, pp. 27–37. (in Russian)
- Stepin V.S. 21 vek – radikal'naya transformatsiya tipa tsivilizatsionnogo razvitiya [The 21st century is a radical transformation of the type of civilizational development]. *Global'nyi mir: sistemye sdvigi, vyzovy i kontury budushchego: 17 Mezhdunarodnye Likhachevskie nauchnye chteniya, 18–20 maya 2017 g.* [Global world: systemic shifts, challenges and contours of the future: 17 International Likhachev scientific readings, may 18–20, 2017]. St. Petersburg, SPbGUP Publ., 2017, pp. 186. (in Russian)
- Frants M.-L. *Arkhetipicheskie patterny v volshebnykh skazkakh* [Archetypal patterns in fairy tales]. Moscow, Class Publ., 2007, 249 p. (in Russian)
- Kyshtymova I.M., Matveeva L.V., Deineko A. A. *Cartoon image of the mother, its perception by elementary school students and correction in the process of media education*. *Changing Societies and Personalities*, 2021, no. 5(3), pp. 405–421. <https://doi.org/10.15826/csp.2021.5.3.142> (in Russian)

**Сведения об авторах*****Матвеева Лидия Владимировна***

*доктор психологических наук, профессор,  
факультет психологии  
Московский государственный университет  
им. М. В. Ломоносова  
Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, 1  
e-mail: matweewa-com@yandex.ru*

***Мочалова Юлия Васильевна***

*кандидат психологических наук,  
факультет психологии  
Московский государственный университет  
им. М. В. Ломоносова  
Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, 1  
e-mail: vassom@mail.ru*

**Information about authors*****Matveeva Lidia Vladimirovna***

*Doctor of Sciences (Psychology), Professor,  
Faculty of Psychology  
Lomonosov Moscow State University  
1, Leninskie Gory st., Moscow,  
119991, Russian Federation  
e-mail: matweewa-com@yandex.ru*

***Mochalova Julia Vasilyevna***

*Candidate of Sciences (Psychology),  
Faculty of Psychology  
Lomonosov Moscow State University  
1, Leninskie Gory st., Moscow,  
119991, Russian Federation  
e-mail: vassom@mail.ru*

Статья поступила в редакцию **25.08.2023**; одобрена после рецензирования **24.11.2023**; принята к публикации **27.11.2023**  
The article was submitted **August, 25, 2023**; approved after reviewing **November, 24, 2023**; accepted for publication **November, 27, 2023**